

Comme toutes les petites filles, je rêvais de robes qui tournent. Mais durant l'Union soviétique, on portait ce qu'il y avait», se souvient Galina Vincenot, 36 ans. Née à Elista, dans le sud de la Russie, elle débarque à Paris en 2001 pour étudier le tourisme, puis travaille dans la location de véhicules de grande remise. Un jour, sa mère lui rend visite : «Elle n'avait pas l'habitude de se faire plaisir. J'ai déniché une petite jupe noire en solde et je l'ai forcée à la prendre ! Elle avait de belles jambes, c'était dommage qu'elles ne les montrent pas.» Alors Galina est devenue en 2011 «styliste et conseillère en image multiculturelle». Autrement dit, *personal shopper*. L'anglicisme désigne une sorte de *factotum* du shopping, un assistant de mode, un expert qui conseille dans leurs achats des clients qui n'ont pas le temps ou les connaissances nécessaires pour trouver eux-mêmes les articles qu'ils veulent faire entrer dans leur dressing. Toute l'expertise du *personal shopper* consiste à les coacher en tenant compte de leur profil, de leur culture, de leur style de vie, de leur morphologie, de leur budget et bien sûr de leurs goûts. Le métier, encore confidentiel, pourrait se démocratiser en décembre après la sortie du film d'Olivier Assayas *Personal Shopper*, présenté à Cannes en mai. L'histoire de Maureen, une jeune Américaine à Paris, qui s'occupe de la garde-robe d'une célébrité...

Galina travaille avec des tour-opérateurs russes et a son propre site web. Pour ses compatriotes, Paris reste la capitale de la mode ; et la femme française, un parangon d'élégance. «*En Russie, quand on a un salon de coiffure, il faut l'appeler Chantal*», s'amuse-t-elle. Avec la chute du rouble, les touristes russes à Paris sont moins nombreux qu'il y a quelques années, mais les plus fortunés continuent de venir faire leurs emplettes de marques haut de gamme. Et faire appel à un coach peut même les aider à optimiser leurs achats, ce dont on ne se doute pas toujours : «*Dans l'esprit des gens, le personal shopping est un service de luxe*, explique Galina. *C'est difficile de faire comprendre qu'en payant, mes clientes font des économies !*»

« Pas besoin de chichis »

Comme la plupart de ses clientes, Véra, originaire du Kazakhstan et professeur dans une école de langues à Bois-Colombes, dans les Hauts-de-Seine, est devenue une amie. Galina a déjà analysé sa garde-robe à son domicile. Aujourd'hui, elle l'accompagne dans une matinée de shopping dans le Marais. «*Parfois je les fais marcher un peu trop pour dénicher des pièces sympas, mais cela fait aussi partie de la capitale*». Galina lui présente Maje, Sandro, The Kooples – les boutiques des Parisiennes –, mais ne s'arrête pas qu'aux enseignes françaises. La veille, elle a repéré ici et là plusieurs pièces



Sur le conseil de Galina, Véra essaie une robe trapèze, qui équilibre sa silhouette.



Galina et Véra examinent une robe noire : la quintessence du chic parisien, que la jeune femme d'origine kazakhe ne connaît pas forcément.

et préparé un itinéraire. Sa cliente a besoin de vêtements d'été, pour le travail et pour ses vacances en Grèce. Chez Cos, devant les vendeuses, les deux femmes parlent français, mais dans l'intimité de la cabine d'essayage, le russe reprend le dessus. En trente minutes, Véra repart avec une jupe et un top. «*C'est très difficile pour les touristes, car ils ne comprennent pas la mode française*, estime Véra. *En France, les couleurs sont plus neutres, les coupes aussi. Pour être chic, pas besoin de beaucoup de chichis, de chouchous, de froufrous. Au début, j'avais du mal, je trouvais cela trop fade. Mais plus maintenant !*»

« Bouche-à-oreille »

Jean large et allure décontractée, le look *casual* de Kody Petchyotin peut surprendre. Pourtant, ce Français d'origine asiatique, qu'on devine en début de trentaine, accompagne des stars thaïlandaises dans les corners des marques les plus luxueuses du Printemps, boulevard Haussmann. Cet ex-designer spécialisé en sérigraphie et musicien a commencé par guider ses clients étrangers de passage en France, inspiré par les connaissances de son père, entré dans les années 1970 à Benlux, vaste magasin de produits de luxe de la rue de Rivoli. «*J'ai beaucoup appris à ses côtés*», glisse-t-il. Kody travaille en solo et uniquement en thaï. Un à trois clients par jour, pas plus, «*afin d'assurer un meilleur service*». Pas même un site web : «*Je trouve mes clients par des agences de Thaïlande qui m'envoient des VIP, par mes contacts ou, le plus souvent, par le bouche-à-oreille*». Sa spécialité : la maroquinerie. «*Je me définis plutôt comme un guide-accompagnateur. Pas celui qui fait les visites. Celui qui fait le shopping*», explique-t-il. Dans les coulisses du Printemps, à l'espace international, Kody est chez lui. «*D'abord, il faut s'enregistrer en tant que professionnel, sinon les clients se feraient harceler. Ici, c'est le salon VIP pour que les personal shoppers puissent patienter. Là, les caisses où les clients viennent avec leurs achats pour récupérer directement l'argent de la détaxe*.»

Paris reste la capitale de la mode. Et la femme française, un parangon d'élégance.

La détaxe : comprendre le remboursement pour les étrangers de la TVA. Une belle ristourne qui conduit certains à prendre l'avion tous les deux mois pour s'acheter un sac à 4 000 euros en série limitée.

Ce samedi, Kody rejoint Santima Devahastin, une pétillante animatrice de la télévision thaïlandaise. Jupe à paillettes bleues, T-shirt *fancy* et sac Chanel, la jeune femme vient chercher un sac à dos Prada qu'elle a repéré à Bangkok. Avant son arrivée, elle a envoyé à son coach parisien une série de photos de produits sélectionnés dans la presse internationale. «*Je l'ai vu hier avec Kody et les vendeuses me l'ont trouvé pour aujourd'hui. C'est un produit nouveau, personne ne l'a*», explique-t-elle, son portable vissé à la main. Elle veut le porter →